BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia ekonomi dan dunia bisnis yang semakin pesat dapat dilihat dari ketatnya persaingan. Fenomena ini disebabkan oleh semakin banyaknya lembaga-lembaga keuangan syariah yang bermunculan. Lembaga keuangan syariah itu mampu sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi suatu Negara, sehingga peran dan keadaannya yang sangat penting dan sangat dibutuhkan. Hal itu dibuktikan oleh adanya lembaga perbankan syariah di Indonesia yang telah menunjukkan perkembangan pesat selama beberapa tahun terakhir.[1]

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah Bank yang ada di Indonesia sangat banyak. OJK mencatat hingga saat ini jumlah bank di Indonesia berjumlah 119 Bank.[2] Dari 119 bank tersebut, 11 diantaranya merupakan Bank Umum Syariah (BUS) dan salah satunya adalah PT. Bank BNI Syariah.

Dengan perkembangan bank syariah yang begitu pesat, maka persaingan antara lembaga keuangan syariah yang satu dengan yang lain juga akan meningkat. Di tengah pesatnya persaingan dunia perbankan nasional yang menerapkan sistem bunga, perbankan syariah yang menerapkan sistem ekonomi Islam saat ini mampu bersaing dan kini mencapai perkembangan yang signifikan. Sejak diberlakukannya

---

[1] Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait (BAMUI & Takaful) di Indonesia* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 135.
[2] www.ojk.go.id, dalam jumlah bank di Indonesia, (diakses pada tanggal 22 Februari 2016 pukul 21.30).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, kesempatan bagi pengembangan perbankan syariah pun lebih luas. Kemunculan perbankan syariah semakin menguat ketika terjadi krisis ekonomi yang membuat bank-bank konvensional mengalami keterpurukan sementara perbankan syariah tetap bertahan. Saat ini dunia perbankan menghadapi era persaingan yang sehat dan saling menonjolkan keunggulan yang dimiliki untuk menarik hati masyarakat Indonesia agar menjadi nasabahnya.[3]

Bank syariah berdiri dilatarbelakangi oleh keinginan umat Islam untuk menghindari *riba* dalam kegiatan muamalahnya. Tidak hanya menghindari *riba*, tujuan didirikan bank syariah juga untuk memperoleh kesejahteraan lahir batin melalui kegiatan muamalah berlandaskan pada al-Quran dan hadits.[4] Konsep itulah yang membuat perbankan syariah memiliki nilai lebih dibanding dengan bank konvensional. Nilai lebih ini terbukti mampu menjadi mesin pendorong yang efektif bagi perkembangan bank syariah, sebab nilai lebih itu menjadi daya tarik tersendiri bagi perkembangan bank syariah di mata masyarakat.

Bank berdasarkan prinsip syariah belum lama berkembang di Indonesia, namun sudah menunjukkan tanda-tanda yang menggembirakan sejak hadirnya bank syariah saat ini yang berjumlah sekitar empat ratusan lebih kantornya. Keluarnya fatwa MUI yang mengharamkan bunga bank konvensional tahun 2003 lalu memperkuat kedudukan bank syariah.[5]

---

[3] M. Syafi' Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 27.
[4] Ibid, 15.
[5] Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 21.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari sekian banyak bank syariah yang ada di Indonesia, PT. Bank BNI Syariah merupakan bank syariah yang perkembangannya cukup pesat. Perkembangan ini dimulai sejak pemisahan diri (*spin off)* dari BNI menjadi Bank Umum Syariah (BUS) dengan nama PT. Bank BNI Syariah dengan memiliki 27 Cabang pada tanggal 19 Juni 2010. Pemisahan diri *(Spin off)* yang dilakukan sebagai perwujudan lembaga keungan yang berbasis syariah. Perkembangan PT. Bank BNI Syariah ini dapat dilihat dari tahun ke tahun. Pada Juni 2014, jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.[6]

Dengan meningkatnya perkembangan PT. Bank BNI Syariah dari tahun ke tahun, persaingan memperebutkan nasabah bank di Indonesia juga sangat ketat. Oleh sebab itu dibutuhkan beberapa strategi pemasaran yang dapat memasarkan produknya agar peningkatan jumlah nasabahnya juga seiring dengan peningkatan jumlah kantor BNI di Indonesia. Selain untuk menarik minat nasabah baru, strategi pemasaran yang dilakukan oleh BNI Syariah juga berfungsi untuk mempertahankan nasabah-nasabah yang telah menjadi nasabah tetap di BNI Syariah agar tetap loyal. Karena menurut Penyelia Pemasaran BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa, mempertahankan nasabah itu lebih sulit dari pada mencari nasabah. Oleh karena itu dibutuhkan strategi yang tepat dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BNI Syariah Surabaya untuk menarik minat nasabah ialah antara lain dengan menggunakan banner, baliho, iklan, promosi

[6] BNI Syariah, *Sejarah BNI Syariah*, dalam http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah (diakses 16 Oktober 2015 pukul 23.00).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan menawarkan berbagai hadiah promosi melalui *opentable* (pameran), dan bentuk promosi lainnya. Strategi pemasaran dalam bentuk promosi lainnya yang digunakan oleh BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa adalah strategi *maintenance.* Strategi *maintenance* ini merupakan strategi untuk mempertahankan loyalitas nasabah-nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa yang dilakukan dengan cara memberikan promosi-promosi tertentu kepada nasabah. Misalnya dengan memberikan hadiah, mengirimi kado saat hari ulang tahun nasabah, menghubungi nasabah setiap bulan, dan lain-lain.

Dengan didukung nasabah yang loyal, bank syariah diharapkan bukan hanya mampu secara aktif memilih dan mendapatkan calon nasabah baru, melainkan juga dapat menghadapi pangsa pasar yang persaingannya semakin meningkat. Loyalitas nasabah merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran, oleh karena itu *marketer* perusahaan harus mampu mengintegrasikan strategi pemasaran untuk mendapatakan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi bank, karena dengan nasabah loyal diharapkan bank dapat memperoleh profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Maka dari itu, nasabah yang loyal adalah aset perusahaan yang harus dipertahankan.

Hal ini sesuai dengan Firman Allah dalam al-Quran Surat Ali Imran Ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ

وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.[7]

Ayat di atas berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada nasabah. Kemauan ini yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami, dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan nasabah. Melalui hal tersebut akan membuat nasabah merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Sikap lainnya yang bisa ditunjukkan oleh pegawai adalah dengan memberikan layanan informasi dan keluhan nasabah, melayani transaksi nasabah dengan senang hati, membantu nasabah ketika mengalami kesulitan dalam bertransaksi, dan lain-lain. Hal ini yang akan mendatangkan kesukaan, kepuasan, dan meningkatkan loyalitas nasabah.[8]

Dunia perbankan syariah menyadari betapa pentingnya memperoleh dan mempertahankan kepercayaan nasabah bagi keberhasilan bisnis bank syariah. Oleh sebab itu, perbankan syariah mulai berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai nasabahnya karena kepuasan nasabah semakin diyakini sebagai kunci sukses pemasaran jasa bank syariah. Loyalitas berhubungan erat dengan pelayanan yang baik dan kepuasan. Dalam dunia perbankan, nasabah akan menjadi loyal apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan maupun produk bank tersebut. Loyalitas muncul karena kebutuhan dan keinginan terpenuhi. Kebutuhan adalah

---

[7] Departemen Agama RI, *al-Quran dan Terjemahannya,* (Bandung: CV. Penerbit J-ART, 2004), 71.
[8] https://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-Islam/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebuah kondisi di mana seseorang merasa kekurangan atas satu barang tertentu da nada sebuah dorongan untuk memenuhinya. Sedangkan keinginan merupakan kebutuhan manusia yang sudah dibentuk oleh budaya dan kepribadian individu.[9] Adapun indikator dari loyalitas nasabah menurut BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa adalah nasabah yang setia kepada BNI Syariah meskipun tahu bagi hasilnya naik turun, nasabah yang setia menggunakan produk dari BNI Syariah, dan nasabah yang mau mengajak rekan atau keluarganya.

Strategi *maintenance* yang digunakan BNI Syariah ini serentak dilaksanakan oleh seluruh kantor cabang BNI Syariah yang ada di Surabaya. salah satunya di kantor BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa. Salah satu tujuan dari adanya strategi ini adalah untuk mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa. Menurut Fita, salah satu pegawai BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa devisi *marketing funding*, strategi *maintenance* yang digunakan dinilai ampuh dan efektif untuk mempertahankan loyalitas nasabah. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa dari tahun 2011 sampai tahun 2015.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi *Maintenance* dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa".

[9] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 (Jakarta: Prenhalindo, 2002), 55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi pada skripsi yang berjudul "Strategi *Maintenance* dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa" adalah sebagai berikut:

1. Bentuk-bentuk strategi pemasaran BNI Syariah.
2. Peran promosi dalam mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.
3. Aplikasi strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya.
4. Peran strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas dan dengan keterbatasan peneliti, maka peneliti hanya membatasi beberapa permasalahan saja. Adapun masalah yang akan dibahas oleh peneliti diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Aplikasi strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.
b. Peran strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.
c. Fokus penelitian ini adalah pada nasabah penabung saja, bukan pada nasabah pembiayaan di BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

C. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti memberikan rumusan masalah sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Bagaimana aplikasi strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa?
2. Bagaimana peran strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa?

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran kajian kepustakaan yang dilakukan penulis, ada beberapa penelitian yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan pembahasan penelitian ini, antara lain:

Penelitian pertama, berjudul *Strategi Mempertahankan Loyalitas Kerja SDM dan Implikasinya terhadap Produktivitas pada PT. Bank Syariah Mega Indonesia, Tbk.* Skripsi yang ditulis oleh Mahfudz Maulana Sahban ini bertujuan untuk mengetahui bentuk-bentuk strategi yang digunakan oleh PT. Bank Mega Syariah Indonesia, Tbk. dalam mempertahankan loyalitas kerja Sumber Daya Manusianya serta untuk mengetahui implikasi dari stategi mempertahankan loyalitas keja SDMnya terhadap produktivitas PT. Bank Syariah Mega Indonesia, Tbk. dari hasil penelitian tersebut, menunjukkan bahwa tingkat loyalitas SDM PT. Bank Syariah Mega Indonesia, Tbk. sangat baik sehingga berimplikasi pada peningkatan laba sebagai indikator peningkatan produktivitas perusahaan. Strategi yang dilakukan untuk mempertahankan loyalitas SDM cukup berhasil dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melihat kemampuan SDM untuk mencapai target-target yang telah ditetapkan perusahaan.[10]

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian saya adalah penelitian tersebut bertujuan untuk melihat strategi mempertahankan loyalitas kerja Sumber daya manusia serta implikasinya terhadap produktivitas PT. Bank Syariah Mega, Tbk., sedangkan penelitian saya bertujuan untuk mengetahui peran dari strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah di BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

Penelitian kedua, berjudul *Analisis Pemberian Hadiah dalam Upaya Mneingkatkan Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ngagel Surabaya*. Tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisis dari pemberian hadiah dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah di BNI Syariah Cabang Pembantu Ngagel Surabaya dan bagaimana peran program pemberian hadiah tersebut dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Adapun hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Akhla Karunia, mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Sunan Ampel Surabaya menunjukkan bahwa program pemberian hadiah merupakan bagian dari strategi pemasaran yang dilaksanakan BNI Syariah Cabang Pembantu Ngagel Surabaya. Program pemberian hadiah ini juga mempunyai peran untuk meningkatkan loyalitas nasabah.[11]

---

[10] Mahfudz Maulana Sahban, "Analisis Pemeliharaan *(Maintenance)* dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Sumber Daya Manusia pada PT. Bank Syariah Mega Indonesia" (Skripsi—Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2008), 99.

[11] Akhla Karunia, "Analisis Pemberian Hadaih dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ngagel Surabaya" (Skripsi—UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2014).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian saya adalah tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui analisis dan peran dari pemberian hadiah dalam meningkatkan loyalitas nasabah BNI Syariah Cabang pembantu Ngagel Surabaya, sedangkan fokus penelitian saya adalah untuk mengetahui analisis dan peran strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa Surabaya.

Penelitian Ketiga, berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan *frontliner* dan bagaimana loyalitas nasabahnya serta untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap loyalitas nasabah BTN Syariah cabang Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *frontliner* secara keseluruhan sebesar 3,82 yang artinya kualitas pelayanan dapat dinilai baik. Loyalitas nasabah secara keseluruhan 3,40 artinya loyalitas nasabah dapat dinilai cukup tinggi. Adapun pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh tinggi terhadap loyalitas nasabah sebesar 78,8%.[12]

Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang saya lakukan adalah penelitian Ariyanti ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap loyalitas nasabah, variabel X dalam penelitian Ariyanti ini adalah kualitas pelayanan *frontliner*, sedangkan penelitian yang saya

[12] Ariyanti Sunarno, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung" (Skripsi—Universitas Islam Bandung, Bandung, 2011).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lakukan bertujuan untuk mengetahui strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah. variabel X yang saya guanakan adalah strategi *maintenance.*

Penelitian keempat, berjudul *Membangun Loyalitas Nasabah Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk (Studi Empiris Pada PT. Bank Bukopin, Tbk di Kota Semarang).* Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai bagaimana meningkatkan loyalitas nasabah PT. Bank Bukopin, dengan didukung peningkatan kualitas pelayanan (*service quality)* yang diberikan perusahaan dan meningkatkan keunggulan produk. Berdasarkan hasil penelitian, loyalitas nasabah ditingkatkan melalui petugas *customer service* yang khusus menangani nasabah dengan perhatian lebih, membuat pelayanan standar *marketing* kepada nasabah prioritas dan bukan prioritas, men*design* ulang baju seragam karyawan yang dilakukan setiap tahun yang disesuaikan dengan perkembangan mode dengan mengedepankan kesopanan dan kenyamanan pemakai, dan lain sebagainya.[13]

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian saya adalah fokus penelitian tersebut adalah untuk menganalisis bagaimana PT. Bank Bukopin membangun loyalitas nasabah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan keunggulan produknya. Sedangkan fokus penelitian yang saya lakukan adalah mengetahui peran strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

[13] Ferlina Ariyani, "Membangun Loyalitas Nasabah Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk (Studi Empiris Pada PT. Bank Bukopin, Tbk di Kota Semarang)" (Skripsi—Universitas Diponegoro, Semarang, 2008).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian kelima, berjudul *Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi pada Nasabag PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk cabang Kalimalang).* Skripsi yang ditulis oelh Firmansyah, mahasiswa jurusan Muamalat (Ekonomi Islam) UIN Syarif Hidayatulloh ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan loyalitas nasabah bank syariah, dengan sampel 50 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut memiliki hubungan yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Adapun faktor-faktor tersebut antara lain: faktor syariah, produk, harga, sumber daya manusia, dan faktor promosi.[14]

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan beberapa rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, terdapat tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Untuk mengetahui aplikasi strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.
2. Untuk mengetahui peran strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Aspek Teoritis
   a. Menambah wawasan keilmuan bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya mengenai strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

[14] Firmansyah, "Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi pada Nasabag PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk cabang Kalimalang)" (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2008).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

2. Aspek Praktis

a. Bagi Bank, sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki strateginya dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya.

b. Bagi masyarakat, dapat memberikan informasi mengenai strategi yang digunakan oleh BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa untuk mempertahankan loyalitas nasabah, dalam hal ini salah satu strategi yang digunakan adalah *maintenance.*

G. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep atau variable agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indicator) dari suatu konsep/variabel. Dimensi/variabel dapat berupa perilaku, aspek, atau sifat/karakteristik.[15]

Penelitian ini berjudul "Analisis Pemeliharaan *(Maintenance)* dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Sumber Daya Manusia pada PT. Bank BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa." Agar lebih memudahkan dalam memahami skripsi ini, peneliti mendefinisikan beberapa istilah, antara lain:

1. Strategi *maintenance*

Strategi *maintenance* merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran yang dilakukan oleh BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa. Strategi ini

[15] Nor Juliansyah, *Metodologi Penelitian,* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), 98.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan dalam rangka untuk mempertahankan loyalitas nasabah-nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

2. Loyalitas Nasabah

Loyalitas merupakan kesetiaan seseorang terhadap suatu produk baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas nasabah adalah manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan nasabah dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perbankan serta kesetiaan nasabah tersebut untuk menjadi nasabah tetap dari perbankan tersebut.

Loyalitas nasabah menurut BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa dilihat dari kesediaan nasabah untuk memindahkan dananya dari bank lain ke BNI Syariah, mempromosikan atau merekomendasikan BNI Syariah kepada teman, sahabat, keluarga atau rekan kerja, serta nasabah yang setia menggunakan produk dan jasa yang ada di BNI Syaiah Surabaya Dharmawangsa.

3. Bank BNI Syariah

BNI Syariah merupakan salah satu lembaga perbankan di Indonesia yang berbasis syariah, yang memiliki prinsip syariah denagn tiga pilar, yaitu adil, transparan, dan maslahat yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat dalam dunia perbankan. BNI Syariah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan prinsip syariah (hukum Islam). Bank ini semula bernama Unit Usaha Syariah Bank Negara Indonesia yang merupakan anak perusahaan PT. BNI Persero, TBk. Sejak 2010 Unit Usaha BNI Syariah berubah menjadi Bank Umum Syariah dengan nama PT. Bank BNI Syariah. PT. Bank

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BNI Syariah memiliki banyak kantor cabang di Indonesia, salah satunya adalah PT. BNI Syariah Cabang Surabaya Dharmawangsa yang terletak di jalan Dharmawangsa nomor 115-A Surabaya.

H. Metode Penelitian

1. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berkaitan dengan strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

Untuk menggali data-data tersebut, maka penulis memerlukan sumber-sumber data yang dapat memberikan informasi kepada penulis. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder.

a. Sumber Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.[16] Sumber data primer yaitu subjek penelitian yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data secara langsung atau yang dikenal dengan istilah *interview* (wawancara).[17] Dalam penelitian ini, sumber data primer dapat diperoleh dari *branch manager* (pimpinan cabang) dan karyawan BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

[16] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 308.
[17] Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, Cet. VIII, 2007), 91.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Sumber Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan lain-lain. Pada sumber data sekunder, data yang diambil bukan data dari lapangan langsung, karena merupakan data pendukung yang berasal dari buku-buku maupun literatur lain dari Bank BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa, meliputi:

1) Dokumen adalah sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Dalam hal ini dokumen dikumpulkan dari data yang diperoleh dari pihak Bank BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa. Data yang diberikan berupa data yang bersangkutan dengan jumlah karyawan BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa serta bentuk strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas kerja sumber daya manusia pada Bank BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

2) Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.[18] Adapun buku-buku maupun literatur tersebut antara lain meliputi:

[18] M. Nazir, *Metode Penelitian cet ke-5,* (Jakarta: Ghalia Indonesia), 27.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Manajemen Pemasaran, karya Philip Kotler dan Kevin Lane Keller.
b) Pemasaran Jasa, karya Fandi Tjiptono
c) Pemasaran Bank Syariah, karya Kasmir
d) Manajemen Pemasaran Modern, karya Basu Swastha dan Irawan

2. Teknik Pegumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang dipenuhi.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah:

a. Wawancara atau *interview*

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan yang diwawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain.[19] Dalam hal ini, wawancara dapat dilakukan dengan karyawan BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

[19] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 139.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain.[20]

Teknik ini dapat dilakukan dengan cara mengambil data dari manajemen Bank BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa, *web*, dan berbagai data tentang strategi pemasaran pada Bank BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

3. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah teknik pengolahan data. Adapun teknik pengolahan data ini terdiri dari beberapa metode, diantaranya:

a. *Editing*, yaitu proses pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.[21] Teknik ini dilakukan untuk memeriksa ulang apakah data-data yang diperoleh sudah lengkap.

b. *Organizing* yaitu menyusun dan mensistemasikan data tentang penelitian yang diperoleh dalam kerangka uraian yang telah direncanakan. Dalam penggunaan organizing, peneliti menyusun dan mengurutkan data-data tentang Bank BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa mulai dari profil, produk-produk Bank BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa, serta strategi

[20] Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), 143.
[21] Sugiyono, *Metode Peneltian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 243.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maintenance dalam mempertahankan loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

c. Penemuan hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah. Data yang dianalisis adalah data-data tentang strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa. Data-data tersebut dianalisis dengan teori-teori manajemen pemasaran secara umum, sehingga pada akhirnya nanti peneliti akan mendapatkan jawaban dari masalah yang diangkat.

4. Teknik Analisis Data

Data yang berhasil dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif analisis yaitu analisis yang menggunakan atau melukiskan secara sistematis, faktual, dan aktual mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti.[22] Kemudian data tersebut akan diolah dan dianalisis dengan pola pikir induktif, yaitu pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum.

Adapun fakta-fakta yang dikumpulkan adalah data tentang strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya

[22] M. Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Galia Indonesia, 1988), hal. 62.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dharmawangsa, di mana data-data tersebut bersumber dari Bank dan hasil wawancara dengan pihak Bank BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah pengurutan pembahasan dalam penyusunan karya ilmiah. Hal ini untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari 5 bab.

Bab Pertama, pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab Kedua, dalam bab ini akan dijelaskan mengenai teori-teori yang relevan dan berhubungan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, teori yang akan digunakan diantaranya adalah tentang pemasaran, teori promosi, pengertian strategi, definisi loyalitas nasabah, strategi *maintenance*, dan lain-lain.

Bab Ketiga merupakan penyajian data di lapangan, pada bab ini akan dijelaskan mengenai profil PT. Bank BNI Syariah, mulai dari sejarah berdirinya Bank BNI Syariah, Visi dan misi Bank BNI Syariah, susunan karyawan dan deskripsi tugas karyawan Bank BNI Syariah Surabaya, macam-macam produk yang dimiliki Bank BNI Syariah, strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

Bab Keempat, merupakan bab analisis data yang berisi dari penjelasan dan penegasan dari aplikasi strategi *maintenance* dalam mempertahankan loyalitas nasabah BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab Kelima adalah penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dan saran-saran yang bermanfaat untuk membangun penelitian selanjutnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id